COMO FAZER UMA BOA COMPRA NOS SUPERMERCADOS

Como ir a um supermercado e adquirir produtos e alimentos com qualidade e preço justo? Para responder a essa pergunta, a Fundação Procon-SP elaborou este manual com dicas que vão auxiliá-lo na hora de fazer as compras.

O mercado está muito competitivo e oferece uma diversidade de estabelecimentos, marcas, preços, qualidade e ofertas. O consumidor é protagonista do mercado de consumo e deve atuar com consciência para não ser vítima dele. Ao escolher os produtos para seu uso, o consumidor está "dizendo" ao mercado o que deseja. O fornecedor, por sua vez, tem que escutar com atenção e atender à mensagem enviada.

CUIDADOS NA HORA DA COMPRA

- Levar em conta o tamanho e os hábitos de sua família, fazendo uma lista do que realmente precisa, assim reduzirá o risco de levar produtos desnecessários.

- Pesquisar os preços através de encartes dos supermercados distribuídos dentro de jornais e bancas próprias na entrada do estabelecimento, anúncios publicitários em meios de comunicação e das próprias gôndolas dos supermercados.

- Levar uma máquina de calcular, pode ajudar muito no controle de gastos.

- Atentar para que a oferta verificada nos encartes publicitários seja inteiramente compatível com a sua apresentação real no ponto-de-venda, sobretudo o preço. Qualquer divergência pode caracterizar oferta enganosa e ser passível de denúncia a um órgão de defesa do consumidor. Esclareça qualquer diferença com o gerente, no local.

- Não fazer compras com pressa, pois é necessário disponibilizar um tempo para comparar preços e marcas, ler os rótulos dos alimentos, verificar data de validade e condições da embalagem, por exemplo.

- Evitar ir às compras com fome assim, não será impulsionado a comprar além do necessário.

- Saber que as ofertas não querem dizer, necessariamente, preço mais barato: pode significar apenas que o preço daquele produto está mais baixo do que o usual. Se o critério for preço, pode haver outras marcas mais em conta. Verifique o que lhe convém.

- Ficar atento às estratégias de marketing como, por exemplo, disposição de uma marca de produto em oferta em corredores centrais, distante das gôndolas que contenham o mesmo produto com marcas diferentes. Essa manobra faz com que o consumidor deixe de comparar o preço desse produto com os demais, de outros fabricantes.

- Não se enganar com as embalagens menores, que nem sempre são mais baratas proporcionalmente. O que vale é a relação preço-quantidade.

- Quanto aos produtos com o nome do supermercado: acostume-se a observar quem fabrica. Você perceberá que são os mesmos fabricantes de outras marcas já suas conhecidas.

- Quando passar os produtos pelo caixa, fique atento aos valores registrados. Havendo diferença entre o preço cobrado e o que estava informado na gôndola, prevalece o menor.

- Evitar o uso excessivo de sacolas plásticas.

- Guarde o cupom fiscal do caixa para o caso de precisar trocar algum item.

PREÇO

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), lei federal de 1990, assegura ao consumidor, entre outros, o direito à informação prévia e adequada sobre preço de produtos e serviços oferecidos no mercado de consumo.

Em 20 de dezembro de 2006 entrou em vigor o Decreto Federal 5.903/06, que, além de corroborar com as determinações do CDC, esclarece de que forma os fornecedores que trabalham com auto serviço e que usam o código de barras devem instalar na área de vendas equipamentos de leitura óptica (tira-teimas), para que os consumidores possam conferir os preços informados. A distância máxima entre qualquer produto ofertado e a leitora óptica mais próxima é de 15 metros (considerado o caminho a ser percorrido pelo consumidor até o leitor mais próximo). Esses leitores deverão estar sinalizados na área de vendas por meio de cartazes suspensos, a fim de que os consumidores possam localizá-los com facilidade.

FORMAS DE PAGAMENTO

- Geralmente os cartões do próprio supermercado estabelecem uma data pré-determinada para o pagamento. É necessário observar qual é o dia ideal para efetuar compras e, assim, aproveitar melhor o prazo entre a compra e o pagamento. Também é necessário tomar cuidado para não deixar saldo a pagar para o próximo vencimento, quando será preciso arcar com taxas de juros bastante elevadas. O mesmo vale para os cartões de crédito normais.

- Dê preferência aos cartões próprios de hiper e supermercados que ofereçam descontos fixos ou progressivos nas compras e que não cobrem anuidade.

- Os cartões de fidelidade servem apenas para que o supermercado conheça o perfil de compra do cliente e, assim, possa oferecer promoções específicas para esse consumidor.

- Não pode haver diferenciação de preço entre pagamento com cheque ou dinheiro e pagamento com cartão de crédito ou de débito.

- Os estabelecimentos não são obrigados a aceitar cheques como forma de pagamento, mas devem informar o consumidor de maneira prévia e ostensiva, a fim de evitar constrangimentos no caixa. Quando a opção for cheque pré-datado, é necessário ficar atento ao vencimento para não deixar a conta corrente descoberta na data em que o cheque for depositado.

- O consumidor deve evitar o limite do cheque especial, pois é uma linha de crédito que possui taxas de juros bem altas.

- Nas compras parceladas, além do preço à vista em moeda corrente, o consumidor tem direto à informação prévia sobre: juros de mora; taxa efetiva mensal e anual de juros; acréscimos legalmente previstos; número, periodicidade e valor das prestações e valor total a pagar, com e sem financiamento.

PROMOÇÃO DE ALIMENTOS

Alguns estabelecimentos costumam reduzir os preços de mercadorias que estão com o prazo de validade próximo do vencimento. Não é uma prática ilegal, mas o consumidor deve ficar atento ao vencimento e avaliar a quantidade a ser adquirida de acordo com o seu de consumo. Ao levar para casa mais unidades, pensando em estocá-las e aproveitando o bom preço, corre-se o risco de perder o produto e o dinheiro nele empregado, se não for consumido dentro do prazo de validade.

As promoções devem informar o período de duração da oferta, bem como a quantidade de produtos disponibilizados para aquela promoção e, se for o caso, o número de unidades por pessoa.

Boas ofertas terminam rapidamente. Caso esteja dentro do período promocional e não tenha sido divulgada previamente a quantidade reservada do produto, o comerciante é obrigado a oferecer outro equivalente em seu lugar.

FRACIONAMENTO DE ALIMENTOS

Produtos que já vêm do fabricante em embalagens padronizadas (cartela de iogurte com seis unidades, pacote de papel higiênico com quatro unidades etc.) não podem ser vendidos pelo supermercadista de forma fracionada. Isso porque as informações obrigatórias que devem constar na embalagem são disponibilizadas considerando as unidades como um todo.

O QUE OBSERVAR

Alimentos embalados – A embalagem deve trazer as seguintes informações: lista de ingredientes, origem (identificação do fabricante), data de validade, conteúdo líquido (peso), lote, informação nutricional, número do SIF (Serviço de Inspeção Federal) órgão de inspeção do Ministério da Agricultura e Abastecimento, se for de origem animal e, em alguns casos (como congelados), condições de armazenagem, preparo e conservação. Tudo em língua portuguesa. Alimentos industrializados devem, obrigatoriamente, informar se seu conteúdo traz ou não glúten em sua composição.

Alimentos a granel – Esses produtos devem estar expostos à venda protegidos de poeira e insetos. Informações quanto à origem e preço devem estar dispostas de forma clara, à vista do consumidor. A pesagem deve ser efetuada diante do consumidor, em balança nivelada, partindo do zero.

Alimentos refrigerados/congelados – Os balcões frigoríficos devem estar secos e apresentar uma leve nuvem de frio. Os produtos ali colocados não podem ultrapassar a linha que indica a carga máxima dos balcões. Poças de água próximas aos balcões indicam que a temperatura ideal para conservação dos alimentos não está sendo mantida ou, ainda, que os balcões são desligados em algum momento para economizar energia.

Padaria/panificadora – As embalagens de pães, bolos, doces etc., fabricados e embalados em padarias instaladas no próprio estabelecimento, devem indicar data de validade, peso e ingredientes. O preço do pão francês (vendido por peso em kg) deve estar afixado em local visível ao consumidor.

Açougue – O espaço destinado ao açougue não pode ter azulejos rosados ou luz vermelha, recursos utilizados para mascarar a coloração da carne. É necessário haver informação sobre se a carne comercializada é fresca, resfriada ou congelada. A fiscalização é feita pelo Ministério da Agricultura e o produto deve ter carimbo do SIF (Serviço de Inspeção Federal) ou SISP (Serviço de Inspeção do Estado). Tudo em língua portuguesa. E atenção: todos os estabelecimentos que comercializam carne, exceto hiper e supermercados que possuem autorização da autoridade sanitária, são PROIBIDOS de vender carne PRÉ-MOÍDA ao consumidor, que deve escolher a peça de sua preferência e acompanhar sua moagem até o peso desejado.

Produtos de Higiene – A embalagem deve informar data de validade, procedência, lote, peso, composição, responsável técnico, identificação do fabricante e instruções sobre armazenamento e manuseio correto do produto.

Domissanitários – São produtos utilizados para limpeza geral e desinfecção (detergente, cera, inseticida, raticida, desinfetante etc). Eles podem causar sérios acidentes se utilizados ou armazenados de maneira incorreta.

A embalagem deve informar as características do produto e nunca ser reutilizada.

Antes de manusear esses produtos, leia com atenção as instruções de uso, que devem constar do rótulo, de forma clara e precisa. Outros dados que não podem faltar são: prazo de validade, nome do responsável técnico, fabricante, quantidade, modo de usar, composição química detalhada, ingrediente químico, forma de conservação e armazenamento, advertência para a não reutilização da embalagem, precauções, classe toxicológica (se houver) e conduta em caso de acidentes.

Eletroeletrônicos/eletrodomésticos/computadores - Quando se tratar de eletroeletrônicos solicite, quando possível, o teste do aparelho escolhido e a demonstração de funcionamento.

O produto deve vir acompanhado de manual de instruções em língua portuguesa, relação da rede autorizada de assistência técnica e termo de garantia contratual, quando concedida pelo fabricante.

Vestuário – Deve trazer etiqueta com informações sobre o tipo de fibra usada na composição do tecido (algodão, lã, seda etc.). É aconselhável verificar se também há etiqueta referente às condições de lavagem e secagem item obrigatório por lei.

Celular - O aparelho deve ser sempre adquirido em lojas/quiosques autorizados. Isso garante sua procedência e habilitação. O produto tem que estar lacrado e dentro da embalagem original deve haver a relação da rede autorizada para assistência técnica, manual de instrução e o termo de garantia contratual quando concedida pelo fabricante.

Quanto ao serviço a ser contratado, avalie quais são as suas necessidades, de forma a escolher adequadamente entre pré-pago ou pós-pago, assim como, entre os pacotes de serviços oferecidos pelas operadoras.

Não se deixe levar pelos apelos das promoções, muitas delas oferecem a troca ou a compra de um aparelho de celular bem mais em conta, mas a troca pode estar vinculada a um pacote de serviços com prazo de fidelização (período de tempo em que o consumidor fica obrigado a manter o contrato).

CDs, DVDs, vídeos, livros, revistas e afins - A Lei Estadual 8.124/92 prevê que os fornecedores de mercadorias lacradas, como brinquedos, discos, CDs, fitas de vídeo, DVD, publicações, entre outros, devem manter uma amostra dessas mercadorias aberta, para demonstração ao consumidor. A regra não se aplica apenas aos produtos que por força de lei ou determinação de autoridade competente devem ser comercializados lacrados.

Brinquedos – Esses produtos são de certificação compulsória, ou seja, para serem comercializados necessitam do selo do Inmetro ou de algum organismo certificador credenciado pelo Inmetro (exemplos: Instituto da Qualidade do Brinquedo (IQB) e o Instituto Falcão Bauer (IFB).

Além do selo, os consumidores devem ficar atentos à faixa etária para a qual o brinquedo é destinado e se o brinquedo comprado corresponde à publicidade ou ao descrito na embalagem da mercadoria.

Esses produtos também são regidos pela Lei Estadual 8.124 (ver item “CD’s, DVD’s...”).

Garantia estendida – normalmente oferecida junto aos produtos eletrodomésticos e eletroeletrônicos, é uma tipo de seguro que oferece uma extensão e/ou complementação da garantia do fabricante, por um valor a mais.

Antes de assinar o contrato, é preciso avaliar quais as vantagens e desvantagens dessa garantia.

SEUS DIREITOS NA HORA DA COMPRA

Independentemente de termo escrito, os produtos duráveis (aqueles que não desaparecem com a simples utilização, mas sim, desgastam-se naturalmente pelo uso) têm garantia legal de 90 dias e os não duráveis (aqueles que desaparecem imediatamente após o uso, como os alimentos, por exemplo), de 30 dias (para vícios aparentes e de fácil constatação, a partir da entrega do produto).

A troca de produtos por motivo de cor, tamanho ou gosto é uma liberalidade do estabelecimento. A loja só é obrigada a efetuar a substituição em caso de defeitos na mercadoria.

Porém, o mercado dita regras que acabam sendo cumpridas pela grande maioria do comércio, a exemplo das lojas que permitem a troca de mercadorias mesmo que não tenham defeito. Nesse caso, os critérios para troca devem constar da etiqueta ou da nota fiscal.

Os produtos importados seguem as mesmas determinações dos nacionais e as informações devem estar sempre em língua portuguesa.

Fonte: Fundação PROCON-SP

fonte:foto Google.com